



ADRET ET SES PRODUITS

ou du marché aux instruments

par Jean LEROY

Adjoint au directeur commercial

AVANT - PROPOS

La vie d'un produit comporte deux périodes essentielles :

— La première commence à la conception du produit et se termine par la réalisation concrète d'un instrument commercialisable. C'est en quelque sorte sa « vie privée ».

— La seconde débute au moment de la commercialisation du produit et se termine lorsque ses caractéristiques et performances ne correspondent plus aux besoins du marché. Cette période correspond à la « vie publique » de l'instrument.

Dans cet article, nous ne traiterons que de la première période.

La conception de ADRET sur les différents aspects de la deuxième période sera traitée dans un prochain article.

DEFINITION DES PRODUITS

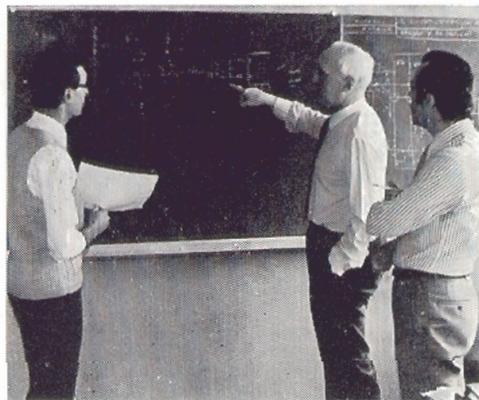
Le temps est révolu où il pouvait suffire de fabriquer un instrument pour le vendre. Aujourd'hui il est indispensable qu'un nouveau produit corresponde à un marché existant ou à un besoin latent.

Chez ADRET, nous ne faisons pas ce qui est communément appelé des études de marché ponctuelles, mais une étude permanente du marché du fait de notre spécialisation dans le domaine des générateurs - synthétiseurs de fréquence. Les contacts étroits et fréquents de nos ingénieurs de vente avec nos clients

présents et futurs, nous permettent d'être renseignés d'une façon continue sur leurs besoins réels. Les informations sont analysées et « synthétisées », puis confrontées aux possibilités techniques et technologiques du moment. Il s'en suit un dialogue ininterrompu avec nos services techniques, par l'intermédiaire du service commercial, dont la mission n'est pas seulement de vendre, mais aussi de rechercher des débouchés nouveaux et de répercuter, vers les centres de décision de l'entreprise, toutes les composantes du marché.

Il est également fréquent que l'apparition de nouvelles technologies, de composants nouveaux ou d'idées originales, conduise à des possibilités d'innovation dans un domaine où tout paraissait avoir été inventé.

Ainsi, le concept d'un produit nouveau peut naître, soit au niveau commercial, soit au niveau technique mais, quel qu'en soit l'initiateur, le processus de la définition de ce produit est toujours le résultat d'un dialogue permanent entre les concepteurs et les responsables de la commercialisation et de la vente de produits qui doivent assurer la rentabilité indispensable à l'expansion de l'entreprise.



Inspiration ! ?..

La définition du produit nouveau commence par l'élaboration d'un avant-projet de cahier des charges ; à ce stade, le service commercial effectue un sondage auprès de quelques clients sélectionnés, afin de vérifier la bonne définition de l'instrument. Cette opération constitue en quelque sorte la première rétroaction des futurs utilisateurs vers les concepteurs.

CONCEPTION ET ETUDE DU PRODUIT

Lorsque la définition d'un instrument est jugée satisfaisante par les parties prenantes et pour le marché auquel il est destiné, la décision de procéder à son étude est prise.

Généralement, l'étude comporte deux étapes :

— La première demande surtout de « l'inspiration » et correspond à la conception du produit. Elle consiste à choisir les meilleures solutions techniques et technologiques pour atteindre les objectifs fixés par le cahier des charges et ceci pour un coût optimal.

— La deuxième étape consiste à élaborer, suivant la complexité du produit, une ou plusieurs maquettes. Cette deuxième étape demande essentiellement de la « transpiration » : plans de la mécanique, implantation des circuits imprimés, essais et mise au point, mesures des caractéristiques et performances.

En cours d'étude, le service technique peut proposer des améliorations de performances qui conduiront à augmenter la compétitivité de l'instrument ou éventuellement des dérogations sur certaines caractéristiques, principalement pour des raisons technologiques. Les unes ou les autres sont discutées avec le service commercial, en raison des incidences sur le marché auquel l'appareil est destiné.

(Suite page 4)

La fin de l'étude se concrétise par la réalisation de plusieurs prototypes, qui font l'objet d'un procès-verbal de recette établi par les responsables de l'étude.

La période de gestation est terminée, mais la commercialisation est encore prématurée. En effet, il reste deux opérations importantes à effectuer : la qualification des prototypes par le service de Contrôle qualité et la vérification des dossiers fournis par les services d'études et développement en procédant à la fabrication d'une présérie de dix instruments au moins.

QUALIFICATION DES PROTOTYPES

Cette opération incombe au service Contrôle qualité, qui a pour mission de vérifier la conformité des prototypes au cahier des charges et aux résultats de mesure fournis par le service des études, et ceci dans les conditions d'environnement prévues. Il doit s'assurer, en outre, de la maintenabilité du produit. Il est fréquent que le verdict du responsable de ce service conduise à un complément d'étude et par conséquent à des modifications sur les prototypes.

LANCEMENT D'UNE PRÉ-SÉRIE

Cette opération permet, entre autres, de compléter et de modifier, si besoin est, le dossier technique et de constituer le dossier de fabrication proprement dit. Elle permet également de s'assurer de la reproductibilité des performances sans optimisation excessive de certains réglages, ce qui est possible aux « études » mais préjudiciable à la productivité du contrôle de série ainsi qu'à la fiabilité du produit.

Il n'est pas rare qu'un certain nombre de modifications interviennent au cours des contrôles et réglages des appareils de préséries. Elles sont, bien entendu, effectuées avec l'assistance des ingénieurs qui ont développé l'appareil.

Toute la présérie passe au crible du service Contrôle qualité.

Les caractéristiques et performances sont désormais connues, vérifiées et reproductibles. Elles sont consignées sur une fiche signalétique ou fiche technique. Comme nous l'avions dit au début de cet article, la « vie privée » du produit se termine ; sa « vie publique » va commencer. En effet, jusque-là, il appartenait entièrement à l'Entreprise, mais dès sa commercialisation, il appartient déjà à nos clients.